

INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility*, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan (studi tentang perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2014). Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010 sampai 2014. Sampel diambil sampel perusahaan *purposive sampling* yang berbasis teknik yang didasarkan pada kriteria tertentu. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi beganda.

Hasil dari penelitian ini adalah: (1) *Corporate Social Responsibility* terbukti berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. (2) Kepemilikan institusional berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. (3) Kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci : *Corporate Social Responsibility*, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial dan nilai perusahaan.



ABSTRACT

The purpose of this research is to test the influence of Corporate Social Responsibility, institutional ownership, managerial ownership to the firm value (this research is related to manufacturing companies which are listed in Indonesia Stock Exchange in 2010-2014 periods). The population is all manufacturing companies which are listed in Indonesia Stock Exchange in 2010-2014 periods. The sample has been selected by using technical based purposive sampling which is based on certain criteria. The data analysis instrument has been conducted by using descriptive analysis and multiple regressions analysis.

The result of the research shows that (1) Corporate Social Responsibility is proven to have positive and insignificant influence to the firm value. (2) Institutional ownership has significant and positive influence to the firm value. (3) Managerial ownership has positive and insignificant influence to the firm value.

Keywords: *Corporate social responsibility, institutional ownership, managerial ownership and firm value.*

